外链分享

笔记本:	Daniel		
创建时间:	2020-02-18 20:06	**更新时间:**	2020-02-18 21:28
作者:	chenzihao0321@outlook.com		

现有阶段外链类型

Pillow Link – 直接翻译是枕头链接，也就是新网站做铺垫的链接。

Pillow Link的作用：在网站初期，站点对于Google来说是不具备信任度的。所以前期做Pillow Link主要的作用是用来掩盖你想做排名的目的，从而为后面做外链奠定稳定的基础。

没有做Pillow Link的网站容易被算法检测出操控排名意图的行为，容易进沙盒。

代表外链：Press Release，Web2.0 Post，Forum Profile，Directory，Citation

Low DA & Relevant：代表的是站点的参考数值不高，但是行业相关。

做这个层级的外链目的主要是为了让站点在Pillow Link做完之后，试探性的开始导入权重，看网站的排名效果。

Low DA & Relevant的作用通常能够帮助你把平均的网站关键词从70-90名瞬间拉到10-20名，如果竞争度相对低一些的会直接拉到首页。

行业竞争比较低的情况下如果通过Low DA & Relevant的方式获得了首页排名，那只需要增加1-2条高质量Guest Post或者Authority Link稳固权重即可。

代表外链类型：APL外链

Low DA & Relevant：代表的是站点的参考数值不高，但是行业相关。

做这个层级的外链目的主要是为了让站点在Pillow Link做完之后，试探性的开始导入权重，看网站的排名效果。

Low DA & Relevant的作用通常能够帮助你把平均的网站关键词从70-90名瞬间拉到10-20名，如果竞争度相对低一些的会直接拉到首页。

行业竞争比较低的情况下如果通过Low DA & Relevant的方式获得了首页排名，那只需要增加1-2条高质量Guest Post或者Authority Link稳固权重即可。

代表外链类型：APL外链

High DA & Relevant：代表的是站点的DA和Traffic都比较高，且行业相关。

这层级的外链可以非常有效的提升你的网站权重，一般是网站进入到了排名稳定期后，可逐渐增加该外链的数量。

排名稳定期：通过Low DA链接打法，排名在10-30之间波动一直上不去的这个期间

代表链接： Guest Post，PartnerShip HomePage Link

Authority Link：代表的是高权威站点，但不一定是相关行业。

在清迈SEO大会中，嘉宾纷纷指出了authority link的重要性。所以，**有能力的情况下一定要能做个1-2条authroity link**，他能让你的站点快速取得谷歌的信任，并且整体站点排名都会有所提升。

如果站点高权威，又行业相关的，这种就再适合不过。

代表链接： Mashable，NYTime，Wall Street Journal等各大知名媒体平台

3. 不同阶段的外链锚文本设置技巧

1775

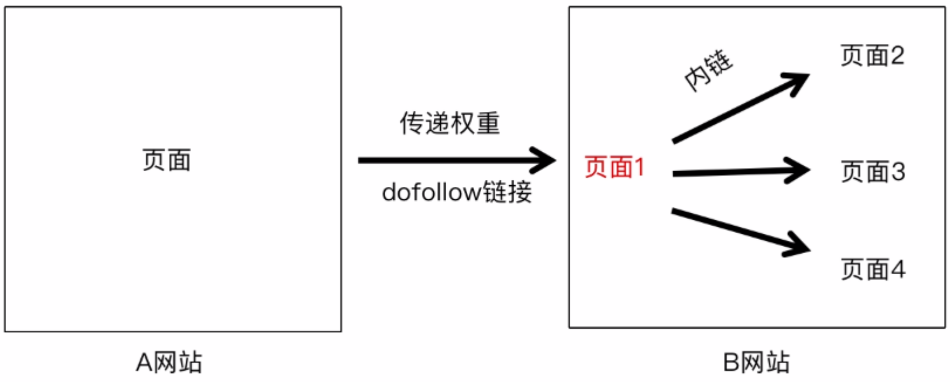
网站链接建设初期：不能出现太多精准锚文本，风险特别大。一般在网站新成立或者第一次刚开始做外链的时候，多以品牌词，xxx.com，以及少量的半匹配关键词形成。

网站建设中期：由于前面铺垫了非精准关键词外链（大概referral domain>20～30）所以在这个阶段可以加入半匹配锚文本，其他的锚文本还是以自然为主。使用Ahrefs查看关键词排名在前三的URL，看下他们的锚文本使用情况，可以用来借鉴。

网站建设后期：当网站Referral Domain超过200-300条以上的时候，可以适当的增加多一点精准锚文本和半匹配锚文本，这个时候网站基本上已被谷歌所信任了，所以你后面加的链接都会更容易被转化成权重。（注意精准锚文本的比例最好不要查过3%，可以多查看排名在前三的锚文本比例情况）

4 如何正确评估外链的作用

1941



B网站的页面1是承载了来自A网站页面最多的权重。
因此，判断外链是否有效应该是先判断页面1的排名变化情况。

4 如何正确评估外链的作用

1997

LAUR：Low Authority，URL Relevant

HAUR：High Authority，URL Relevant

LADR：Low Authority，Doamin Relevar

HADR：High Authority，Domain Releva

外链效果依次顺序：HADR > LADR > HAUR > LAUR

最差的是Low Authority，URL irelevant的链接 （这种要谨慎）

Q1: 「 杜蕾: 我的问题是，除了guest post还有没有别的推荐的外链方法?
链接直接放商品页面和网站运营的博客文章的利弊有哪些？ 」

A1: 我看你的提问应该是个电商站点。链接的方式也有不少，Guest Post和Affiliate链接应该是电商网站的核心外链，然后还会辅助于图片链接，社群论坛链接，社交媒体链（YouTube，facebook）接等多样性的链接组合而成。

商品页面是属于商业页面，博客文章是属于信息页面。

利：一般信息页面去做内容会更容易一下，一般博客质量稍高一点的站长不太愿意给到商业页面链接。

弊：通过博客文章再给到商品页面内链导权重肯定是会有权重遗失的。

Q3：「Arlen: 对于三年左右的站，权重还是很低。DA小于20， 外链域名数在60多个。也做了不少guest post 类型的外链。但是权重还是很低，对于这样的企业站如何在这个基础上提高权重，需要做哪些类型的外链建设，谢谢 」

A3: 其实DA只是一个参考值，关键是你做了这60个外链之后整体排名是否有提高？如果没有提升，那么你就要好好思考下你的站内的页面优化以及之前做的Guest Post的质量了。

对于企业站来说，很多情况下都是DA在20–30+左右徘徊的，比如我之前做的模具站点虽然DA只有30左右，但是整体的长尾词排名都在首页前三。提升企业站的权重的办法就是创建更多新的高质量页面去承接更多的长尾词流量以及继续通过外链来提升权重。外链主要还是APL、Guest Post这种文章链接为主。如果有上下游的partnership的链接是强力推荐的。

还有就是找一些行业的权威站点，如果能做1–2条权威链接对你整站的权重提升都有帮助。

Q4: 「 胡贤健– CERADIR ·汉德盛: 请问 B2B 外贸平台网站的产品详情页，专题页，分类页的链接结构如何构建比较好？ 」

A4: 这个要看你的平台是只卖一种产品还是卖多种产品。如果是卖多种产品的，首页肯定是不适合的，一般都会把外链做到专题或者分类页。除非该产品的型号是特别多人搜的才会做产品详情页，比如iphone x这些，不然给产品详情页做外链的意义不大。

比如：有些人的什么路由器 ds–1588的型号，国外的人根本不知道这种型号，那么做这个词意义就不大。

外链的架构其实最终还是要根据你的页面布局的词来看，哪些词是用户通过这个词搜索进来后和你的页面最匹配的，而且这个词有搜索量的，那就是你要重点去优化的页面。

Q5:「 乔: 外链要循序渐进增加，但是对中上难度的词来说，外链做到哪个范围，有没有个大概数比如1个月做到多少外链做什么样的外链，第3个月的时候做到多少，第6个月的时候做到多少。。」

A5: 一般我们做外链，具体一个关键词要做多少条外链数，我们会根据Ahrefs给的KD值来进行评估的，而不是外链有一个固定的范围公式。

只要第一个月要注意一下，要做pillow link而且不要做的太猛，之后的第二月开始做20条左右外链是可以的，再往后再增加更多也可以。如果实在不清楚，可以看看竞争对手排名比较不错的，可以通过ahrefs的baclink –> “new” 功能去看看平均别人的外链增加数量的值。

Keyword difficulty	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90
Referring domains	0	10	22	36	56	84	129	202	353	756

Q6:「Aiden: @Daisy 外链产生的link juice的机制是怎么样的： 网站跟网站间的外链传递的link juice或者权重也好，怎么产生的？这种能量是通过什么算法来计算的，比如一大堆新网站，或者PBN，如果没有已经有外链的网站给外链，那么这些网站自己是否也可以产生link juice? 世界上最初的100个网站可能也没有人给他们外链，到现在上亿网站之间的外链传递分享工作机制谷歌应该是有一套规则算法的。」

A6: 从最初的100个网站确实没有外链，也正是因为站点少，所以这些站点基本都能被Google搜索引擎搜到。但随着站点数量逐渐增多，相互之间还是会有链接产生，从而发生了链接权重的传递。

你可能会问如果这个网站没有外链，不就是没有办法传递Link Juice吗?
不是的，谷歌会对每个网站分配一小部分原始权重，但是权重非常低。只要给别人链接了，别人就能获得权重，而自己页面并不会丢失权重。因此，权重会随着整个互联网相互链接越来越密切而产生越多的link juice，受欢迎的网站会获得越多的链接，他网站本身的link juice也会越来越多，从而产生现在有权威网站和普通的小网站的区别。

网站本身的权重是非常少的，不足以提升排名，所以一般都需要站点有外链数据的才能传递更多的权重。

Q7:「对方正在输入...: 还有更便宜经济点的增加外链的手段么，可以付费，但太贵了，个人网站承受不起 。我手工发过外链，很耗时，并且质量差。也直接在各个平台买过，明码标价的那种。」

A7: 如果是非灰色行业的话，APL外链算是比较经济实惠的一种外链手段。因为现在web2.0之类的链接传递不了多少权重，PBN会有风险，Guest Post的费用较高。

除了购买APL外链之外，在给你提供两种策略：

1.Borken Link Strategy：这种方法就是做内容以及找到死链接机会，相对来说会比直接做Guest Post外链轻松很多。

2.Niche Edit Strategy：找到那些罗列并介绍你行业相关企业的文章，通过outreaching，给到他你的企业资料以及适当的editor fee，可以快速实现在上面添加你网站信息。

Q8:「 阿秀: 高DA 低流量的网站外链值不值得花钱买 」

A8: 高DA，但是低流量。那要看他是怎么给你报价的。如果按照DA值来给你报了非常高的价格，那么这种肯定是不要的。因为这种高DA低流量的网站有几种可能性：

1. 网站可能DA是刷出来的；
2.网站可能收到过惩罚，流量下降；
3.网站内容质量太差，即使外链很多，但是google并没有给予他很好的排名；

所以这种需要综合的来看。如果网站行业相关，DA值不错，仅仅因为流量低报价也低的可以接受。但是如果只有DA，其他都很差的，报价也不低的就坚决不要。

还不如找DA不高，但是域名相关的链接来做更好一些。

Q9: 「 宏源(Kevin): 做guest post外链的时候，要求直接在原来的博客文章里插链接，还是重新写一篇文章里面加链接，效果一样吗？ 」

A9: 根据我们做了这么多外链的经验来看，在已发布的Guest Post里插链接会比新发布的文章效果好。特别是这篇文章已经有非常不错的表现数据的这种。一般这种做法我们叫Niche Edit。但如果这篇文章写的不咋地，表现数据也一般的话，那就建议重新写一篇文章。

Q10: 「 Novia: 如何快速找到匹配自己行业高流量的PR合作网站 」

A10: 一般有两种方法。

一种是找到竞争对手的网站进行逆向工程分析，找到他曾经合作过的PR合作网站，这种通过Ahrefs就能解决。

另外一种就是使用指令，如果是PR网站的话，一般会出现press release的字眼，你可以使用google 高级搜索指令去尝试找到这些PR站点。